

Zur Einführung: Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation

Voigt, Charmaine; Sukalla, Freya

Erstveröffentlichung / Primary Publication
Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Voigt, C., & Sukalla, F. (2021). Zur Einführung: Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. In F. Sukalla, & C. Voigt (Hrsg.), *Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation: Beiträge zur Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020* (S. 3-8). Leipzig: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.75539>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Zur Einführung: Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation

Charmaine Voigt, Freya Sukalla

Universität Leipzig

Zusammenfassung

Jegliche Form der gesundheitsbezogenen und/oder gesundheitsrelevanten Kommunikation impliziert neben intendierten immer auch das Risiko von nicht-intendierten Effekten. Trotz der ethischen Relevanz wird nicht-intendierten Effekten in der Forschung vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Entsprechend folgte der Call zur 5. Jahrestagung der Fachgruppe Gesundheitskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft dem Aufruf nach einer stärkeren Berücksichtigung potenzieller nicht-intendierter Effekte. Neben einer thematischen Einführung geben wir hier einen kurzen Überblick über die 15 Beiträge, die beide Perspektiven von Risiken und Potenzialen der Ernährungs- und Gesundheitskommunikation verbinden.

Keywords: Gesundheitskommunikation, Ernährungskommunikation, nicht-intendierte Effekte, intendierte Effekte

Summary

Any form of health-related and/or health-relevant communication inherently implies the risk of unintended effects in addition to intended effects. Despite their ethical relevance, researchers have rarely focused on unintended effects. Therefore, the call for the 5th Annual Conference of the Health Communication Division of the German Communication Association (DGPuK) invited contributions with greater consideration of potential unintended effects. In this introduction, we provide a brief overview of the 15 contributions in the conference proceedings that combine both perspectives of the risks and potentials of nutrition and health communication.

Keywords: health communication, nutrition communication, unintended effects, intended effects

Einleitung

“The understanding of the consequences of communication will neither be complete nor be objective if it is confined to intended effects“ (Cho & Salmon, 2007: S. 294). Jegliche Form der gesundheitsbezogenen und/oder gesundheitsrelevanten Kommunikation impliziert neben intendierten immer auch das Risiko von nicht-intendierten Effekten. Nicht-intendierte Effekte zeigen sich kurz- und langfristig, bei Zielgruppen aber auch nicht-adressierten Personen, auf individueller und gesellschaftlicher Ebene sowie botschaftsbezogen und -unabhängig (Cho & Salmon, 2007). Innerhalb der Ernährungs- und Gesundheitskommunikation besteht in Bezug auf unerwünschte Effekte ein besonderes Verantwortungsgefüge.

Bei der Untersuchung von Gesundheitsinterventionen lassen sich nicht nur negative Effekte im Allgemeinen feststellen, wie z.B. Reaktanz, Vermeidung und andere Abwehrreaktionen (Hastall, 2017). Auch eigentlich effektive Botschaftsstrategien können unerwünschte Wirkungen aufweisen. So können narrative Botschaften zu fehlerhaften Generalisierungen (z.B. Lundell, Niederdeppe & Clarke, 2013) oder Humor zur Trivialisierung der eigentlichen Botschaft führen (Schwarz & Reifegerste, 2017). Tracking-Apps, die zu übermäßiger Selbstoptimierung beitragen (Fröhlich & Zillen, 2020), unangemessene Suizidberichterstattung (Scherr, Arendt & Schäfer, 2017) oder Laien-Kommunikation im Ernährungskontext (Endres, 2018) zeigen, dass unerwünschte oder gar gesundheits-schädigende Effekte, wenn sie schon nicht vermieden werden können, dringend identifiziert und entlang ihrer verschiedenen Dimensionen untersucht werden müssen. Die Entwicklung qualitätssichernder Maßnahmen sowie von Best-Practice-Empfehlungen ist eine zentrale Aufgabe der Gesundheitskommunikationsforschung (Reifegerste & Hastall, 2014).

Trotz der ethischen Relevanz wird nicht-intendierten Effekten in der Forschung vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit geschenkt (z.B. Guttman & Salmon, 2004; Reifegerste & Hastall, 2015). Entsprechend folgte der Call zur 5. Jahrestagung der Fachgruppe Gesundheitskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft dem Aufruf nach einer stärkeren Berücksichtigung potenzieller nicht-intendierter Effekte (Reifegerste & Hastall, 2014), um nicht zuletzt eine interdisziplinäre Systematisierung voranzutreiben.

Gesucht wurde nach Arbeiten zur Identifikation, Beschreibung, Erklärung oder Vermeidung nicht-intendierter Effekte gesundheitsbezogener und/oder gesundheitsrelevanter Kommunikation. Es wurde darüber hinaus angeregt, die eigene Forschungspraxis zu reflektieren. Zwar sind die informierte Einwilligung und das Debriefing ein generelles Thema in der Kommunikationswissenschaft, doch sind im Kontext der Gesundheitskommunikation durchaus spezifische Herausforderungen zu bewältigen.

Da intendierte und nicht-intendierte Effekte sich stets wechselseitig bedingen, verbindet der Tagungsband in 15 Beiträgen beide Perspektiven von Risiken und Potenzialen der Ernährungs- und Gesundheitskommunikation. Die Studien sind in zwei Themenbereiche untergliedert. Zunächst richten wir den Fokus auf Studien über gesundheitsrelevantes Informations- und Medienhandeln, wobei auch Arbeiten im Zusammenhang mit der COVID-19 Pandemie eingegangen sind. Der zweite thematische Abschnitt bündelt Untersuchungen zu gesundheitsbezogenen Medieninhalten aus dem Online-journalismus, für Impfkampagnen und anderen Präventionsmaßnahmen. Hierbei erhalten Stigmatisierungseffekte besondere Beachtung.

Potenziale und Risiken des gesundheitsrelevanten Informations- und Medienhandelns

Der erste Teil des Bandes vereint sieben Beiträge von Forscher*innen aus Hannover, Erfurt, Bielefeld und Zürich. Grundvoraussetzung für jegliche Kommunikationsmaßnahmen ist die Bereitschaft der Bevölkerung zur Informationsaufnahme. Das Mediennutzungs- und Informationsverhalten ist daher ein zentrales Forschungsfeld der Gesundheitskommunikation. Elena Link charakterisiert im ersten Kapitel verschiedene Typen des Umgangs mit Gesundheitsinformationen. Ausgehend vom Framework of Understanding Information Avoidance Decisions (Sweeny et al., 2010) zeigt die Online-Befragung sowohl Unterschiede mit Blick auf individuelle Differenzen als auch situative Merkmale. Hierbei ist die Abgrenzung von Informationsvermeidung und Nicht-Nutzung ein Schlüsselergebnis. Die zwei darauffolgenden Beiträge untersuchen das Informationsverhalten der deutschen Bevölkerung im Kontext der Corona-Pandemie. Elena Link, Magdalena Rosset und Anna Freytag haben in ihrem Beitrag mittels qualitativem Vorgehen interpersonale und mediale Kommunikations- und Informationstypen

ausdifferenziert. Die Autorinnen identifizieren dabei inhaltliche und strategische Unterscheidungsmerkmale. Einer ähnlichen Fragestellung folgend ermitteln Anne Reinhardt, Janine Brill und Constanze Rossmann drei Nutzungstypen mit unterschiedlichen Informations-repertoires. In der zweiwöchigen Online-Befragung stellt sich das Kommunikationsphänomen der Themen-verdrossenheit als zentrale Einflussgröße heraus. Eine letzte Studie mit Bezug auf die COVID-19 Pandemie untersucht Ausmaß und Faktoren der Stigmatisierung von Erkrankten. Anne Freytag, Elena Link und Eva Baumann kommen zu dem Ergebnis, dass Stigmatisierung in Niedersachsen eher gering ausgeprägt ist. Dabei lassen sich vor allem Unterschiede zwischen Geschlecht, der eigenen Risikowahrnehmung und dem Mediennutzungs-verhalten feststellen.

In einer qualitativen Kombinationsstudie aus Interviews und Gesundheitstagebüchern untersucht Anna Wagner Ursachen und Coping-Mechanismen von uner-wünschten Effekten durch digitale Kommunikation im Alltag. Die Teilnehmenden äußern vor allem psychische Belastungen und Einschränkungen des emotionalen Wohlbefindens, deren komplexe Stressoren und Bewältigungsstrategien sich auf vier Ebenen beschreiben lassen. Das psychologische Wohlbefinden im Kontext von Online-Kommunikation nimmt auch der Beitrag von Paula Stehr in den Blick. Die Studie zeigt, dass beide Seiten unterstützender Interaktion zur Befriedigung psychologischer Grundbedürfnisse beitragen können. Anhand von Online-Foren zu Elternschaft und mentaler Gesundheit ermittelt die Autorin einen positiven Effekt von unterstützender Leistung und regt eine stärkere Beachtung dieser im Fachdiskurs an. Tobias Frey und Thomas Friemel schließen mit ihrem Beitrag über komplexe Wirkmechanismen von Tabakkonsum bei Jugendlichen den ersten thematischen Block ab. Die zweiwöchige Befragung im Klassenverband an vier Schweizer Gymnasien identifiziert die Mediennutzung der Plattformen Instagram und Snapchat als Mediator für normative Vorstellungen über die wahrgenommene Prävalenz sowie den tatsächlichen Tabakkonsum. Die Autoren spezifizieren darüber hinaus Unterschiede zwischen den beiden Social Media Anwendungen.

Intendierte und Nicht-intendierte Wirkungen gesundheitsrelevanter Medieninhalte

Im zweiten Teil des Bandes konzentrieren sich acht Beiträge auf die Untersuchung der Wirkungen gesundheitsrelevanter Medieninhalte. Hierbei werden

Theorien diverser Disziplinen zugrunde gelegt und überprüft. Neben den mehrheitlich deutschen Forschungseinrichtungen sind eine Kollegin aus der Schweiz sowie ein Wissenschaftler von der Texas A&M University in den USA an diesem Themenblock beteiligt. In einer zweiten Studie im Kontext von Tabakkonsum nimmt Claudia Poggiolini einen Vergleich zwischen Gewinn- und Verlust-Frames in Präventionskampagnen vor. Ausgehend von psychologischen Ansätzen bestätigt das webbasierte Experimentaldesign in der Deutschschweiz, dass Gewinn-Frames gerade bei stark Abhängigen die Absicht zum Rauchstopp fördern. Im nächsten Beitrag überprüfen Winja Weber und Constanze Rossmann mittels eines Online-Panels unter Eltern das Modell der Theory of Planned Behavior (Fishbein & Ajzen, 2010). Ihr Interesse liegt in der Steigerung der HPV-Impfquote, was durch die Ansprache individueller Werte in Kampagnenmaterial gelingen kann. Die Studie stellt einen Zusammenhang von Machtwerten und Impfeinstellung fest, der in zukünftigen Maßnahmen beachtet werden sollte. Linn Julia Temmann, Annemarie Wiedicke, Doreen Reifegerste und Sebastian Scherr ergründen die Wirkung von Verantwortungsframes in der Berichterstattung über Diabetes und Depression. Die Experimentalstudie untersucht neben der Ansprache individueller Verantwortung auch soziale und gesellschaftliche Determinanten, die in der bisherigen Forschung zu wenig berücksichtigt wurden. Dem Nudging-Ansatz (Thaler & Sunstein, 2008) folgend untersuchen Janine Brill und Dominik Daube die Wirkung medialer Anreize auf die Nutzung von Desinfektions-mittelspendern. In dem Experiment vor verschiedenen Universitätsmensen zeigte sich, dass vor allem der kombinierte Einsatz von visuellen und visuell-informativen Nudges zu einer gesteigerten Nutzung führte. Ähnlich wie Poggionlini vergleichen Melanie Böbenecker und Jens Vogelgesang anhand von Gewinn- und Verlust-Frames die Wirksamkeit von Präventionsmaßnahmen, setzen ihr experimentelles Design aber in den Kontext zuckerarmer Ernährung. Die Autor*innen regen mit ihrer Studie eine zielgruppengerechte Ernährungskommunikation durch die Berücksichtigung des Rezipierendenmerkmals regulatorischer Fokus an.

Die folgenden zwei Beiträge untersuchen für Anti-Stigma-Kommunikation relevante Fallbeispiele, zielen aber auf unterschiedliche Mediengattungen ab. Das Online-Experiment von Johannes Zensen und Alexander Röhm ermittelt anhand von Fallbeispielen in Lehrbüchern und Fortbildungsmaterialien für

angehende Lehrer*innen die Rolle von Ursachenzuschreibungen für Einstellungen von Lehrkräften gegenüber Kindern mit emotionalen und/oder Verhaltensstörungen. Zwar tragen Ursachenzuschreibungen jeglicher Art zu nicht-intendierten Stigmatisierungseffekten bei, biologische Ursachenzuschreibungen können diesen jedoch entgegenwirken. In dem Online-Experiment von Michéle Möhring, Alexander Röhm, Cosima Nellen und Matthias Hastall werden abgewandelte Medienberichte über Pränataldiagnostik auf die Entstehung nicht-intendierter Effekte getestet. Dabei konnten das Alter sowie der Beziehungsstand der Fallbeispielcharaktere und das Geschlecht der Teilnehmenden als Faktoren für negative emotionale Reaktionen identifiziert werden. Abschließend widmen sich Katharina Frehmann und Markus Schäfer der Suizidprävention, die eingangs bereits als wichtiges Feld der Gesundheitskommunikation benannt wurde. Anhand eines Online-Experiments untersuchen die Autor*innen den Einfluss verschieden eingesetzter Elemente aus Suizidpräventionsrichtlinien in Onlineartikeln auf die Publikationsentscheidung und Wahrnehmung von Journalist*innen. Generell führen richtlinienkonforme Artikel auch ohne Fußnote zur Publikationszustimmung. Die Autor*innen weisen zudem auf das Problem hin, dass auch richtlinienunkonforme Artikel, die mit einer Fußnote ergänzt werden, von den Teilnehmenden publiziert worden wären.

Ein großer Dank gilt allen Autor*innen dieses Bandes und der äußerst produktiven DGPK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation. Die 5. Jahrestagung wurde dankenswerterweise gemeinsam mit dem Kompetenzcluster für Ernährung und kardiovaskuläre Gesundheit (nutriCARD) veranstaltet, was einmal mehr wissenschaftliche Schnittmengen zwischen der Ernährungs- und Gesundheitskommunikation offengelegt hat. Ausgerichtet wurde die Tagung mit tatkräftiger Unterstützung des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Ein weiterer Dank gilt der DGPK für die Möglichkeit der Open-Access Publikation. Wir hoffen, dass die hier zusammengetragenen Erkenntnisse zu einem interdisziplinären Austausch, zukünftigen Kooperationen und breiter Anschlussforschung anregen.

Literatur

- Cho, H. & Salmon, C. T. (2007). Unintended effects of health communication campaigns. *Journal of Communication*, 57(2), 293–317.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00344.x>
- Endres, E. M. (2018). *Ernährung in Sozialen Medien. Inszenierung, Demokratisierung, Trivialisierung*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-21988-8>
- Fishbein, A., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior. The Reasoned Action Approach*. Psychology Press.
- Fröhlich, G. & Zilien, N. (2020). Diet Tracking als Ernährungskommunikation. Der Aufforderungscharakter einer Diät-App und der Eigensinn ihrer Nutzung. In J. Godemann & T. Bartelmeß (Hrsg.), *Ernährungskommunikation. Interdisziplinäre Perspektiven – Kontexte – Methodische Ansätze* (S. 317–329). Springer.
- Guttman, N. & Salmon, C. T. (2004). Guilt, fear, stigma and knowledge gaps: Ethical issues in public health communication interventions. *Bioethics*, 18(6), 531–552.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8519.2004.00415.x>
- Hastall, M. R. (2017). Abwehrreaktionen und negative Effekte von Gesundheitsinformationen. *Public Health Forum*, 25(1), 63–65.
<https://doi.org/10.1515/pubhef-2016-2127>
- Lundell, H. C., Niederdeppe, J. & Clarke, C. E. (2013). Exploring interpretation of complexity and typicality in narratives and statistical images about the social determinants of health. *Health Communication*, 28(5), 486–498.
<https://doi.org/10.1080/10410236.2012.699887>
- Reifegerste, D. & Hastall, M. R. (2014). Qualitätssicherung in der Gesundheitskommunikation: Anregungen aus Debatten in Nachbarfächern. In E. Baumann, M. R. Hastall, C. Rossmann & A. Sowka (Hrsg.), *Gesundheitskommunikation als Forschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 36–47). Nomos.

Reifegerste, D. & Hastall, M. R. (2015). Ethische Dimensionen und Dilemmata in der Gesundheitskommunikation. In M. Schäfer, O. Quiring, C. Rossmann, M. R. Hastall & E. Baumann (Hrsg.), *Gesundheitskommunikation im gesellschaftlichen Wandel* (S. 25–35). Nomos.

Scherr, S., Arendt, F. & Schäfer, M. (2017). Supporting reporting: On the positive effects of text- and video-based awareness material on responsible journalistic suicide news writing. *Archives of Suicide Research: Official Journal of the International Academy for Suicide Research*, 21(4), 646–658. <https://doi.org/10.1080/13811118.2016.1222975>

Schwarz, U. & Reifegerste, D. (2017). Humorappelle in der Gesundheitskommunikation. In C. Rossmann & M. R. Hastall (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation* (S. 459–470). Springer.

Sweeny, K., Melnyk, D., Miller, W. & Shepperd, J. A. (2010). Information avoidance: Who, what, when, and why. *Review of General Psychology*, 14(4), 340–353. <https://doi.org/10.1037/a0021288>

Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.